Magistrát města Ústí nad Labem
Odbor strategického rozvoje
Oddělení cestovního ruchu

Statistická zpráva o vývoji cestovního ruchu ve vztahu k aktivitám oddělení cestovního ruchu Magistrátu města Ústí nad Labem

pro interní účely oddělení

RNDr. Eva Poslová
a kolektiv oddělení cestovního ruchu

Ústí nad Labem
2. vyd., srpen 2018 / doplněno v listopadu 2018

Ústí nad Labem © 2018

Magistrát města Ústí nad Labem, Odbor strategického rozvoje
oddělení cestovního ruchu

Tato zpráva je pracovním dokumentem pro interní potřeby oddělení a neprošla odbornou, ani jazykovou korekturou.
Foto © Archiv města Ústí nad Labem.

Obsah

1. ÚVOD 5
2. OBECNÁ ČÁST 6
2.1 VYMEZENÍ A STRUČNÁ CHARAKTERISTIKA OBLASTI 6
2.2 AKTUÁLNÍ PŘÍSTUPY K ROZVOJI CESTOVNÍHO RUCHU 7
2.2.1 Institucionální struktura destinačního managementu 7
2.2.2 Strategie, management a výchozí přístupy 9
2.2.3 Efektivita činnosti a zpětná vazba včetně veletrhů 10
2.2.4 Nová témata a tendence – výhled 14
3. STATISTICKÁ ČÁST 15
3.1 HODNOCENÍ STATISTICKÝCH ZDROJŮ 15
3.1.1 Vlastní data a informace 15
3.1.2 Veřejné celostátní statistiky a přehledy 15
3.1.3 Ostatní zdroje 16
3.2 SOUČASNÉ TRENDY 17
3.2.1 Návštěvnost města, regionu, kraje 17
3.2.2 Návštěvnost Informačního střediska města Ústí nad Labem 19
3.2.3 Návštěvnost Cyklocentra města Ústí nad Labem 24
3.2.4 Kvalitativní hodnocení 25
4. ZÁVĚR 28
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ 30
FOTOGRAFICKÁ PŘÍLOHA 31
A – Vybrané turistické dominanty města 31
B – Vybrané akce s návštěvníky města a regionu 2018 33
C – Informační středisko města Ústí nad Labem 34
FACT SHEETS 35

Foto © Archiv města Ústí nad Labem, upraveno

„Na světě existuje jen jedno hrdinství: vidět svět takový, jaký je, a milovat ho.“
Michelangelo Buonarroti

1. ÚVOD

Předložená zpráva je interním pracovním dokumentem oddělení cestovního ruchu na Odboru strategického rozvoje Magistrátu města Ústí nad Labem. Navazuje na loňskou zprávu (2017), kterou aktualizuje a doplňuje o data pro úplný rok 2017 a částečně 2018. Jedná se o přehled obecně koncepčních přístupů a statistických ukazatelů, se kterými je nutné v rámci činnosti oddělení pracovat. Obecná (obecně koncepční) část je zaměřená na popis činnosti oddělení, struktury a odborného zaměření. Tato část je argumentací pro pokračování nebo změnu dílčích činností a v současné podobě popisuje stávající stav a krátkodobý výhled.

Druhá část dokumentu je věnována statistickým ukazatelům, které jsou rozdělené dle územního rozsahu. Jak je uvedeno dále, je třeba i na tomto místě zdůraznit, že obor cestovního ruchu je velmi dynamickým a v jisté míře i těžko uchopitelným, pokud jde o kvantitativní data. Chceme-li hodnotit cokoliv v cestovním ruchu, nelze se opírat pouze o hrubá kvantitativní data, jako je např. návštěvnost dané památky nebo regionu, počet přenocování apod. Obor turismu je specifický vysokým podílem kvalitativních ukazatelů a velmi subjektivními přístupy cílové skupiny. Proto i v tomto dokumentu doplňujeme statistické tabulky kvalitativními hodnoceními.

Hlavním cílem předložené zprávy je shrnout přístup oddělení k rozvoji turistického ruchu a k rekapitulaci aktivit včetně nastínění jejich obhájení do dalšího roku, nebo jejich modifikaci. Smyslem dokumentu je také předložit ucelený přehled o vývoji návštěvnosti města a regionu, připomenutí pozice Ústecka v rámci Česka a zdůraznění výhod, které přináší geografická poloha a výborná dopravní dostupnost.

Dokument není považován za odborný text, který by měl mít všechny náležitosti od správného dodržení citačních norem, precizní terminologie až k metodickému přístupu. Jedná se o interní pracovní zprávu, která je vytvořena pouze pro potřeby oddělení, případně odboru. Na zprávě se podílelo oddělení cestovního ruchu včetně informačního střediska a veškeré použité zdroje jsou řádně uvedeny jak v textu, tak v seznamu použitých zdrojů.

2. OBECNÁ ČÁST

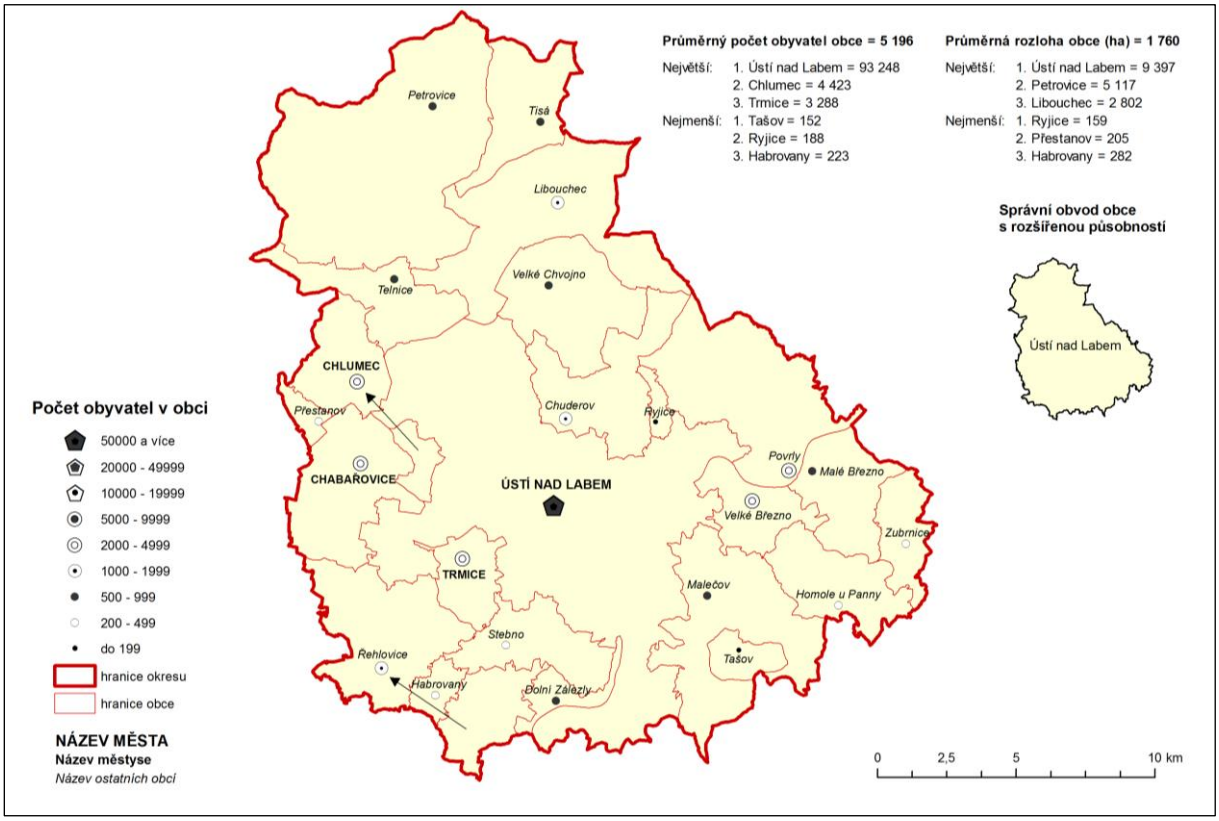
2.1 VYMEZENÍ A STRUČNÁ CHARAKTERISTIKA OBLASTI

Zájmová oblast je v tomto případě shodná s **okresem**, potažmo ORP Ústí nad Labem (v oboru je pro tuto oblast užíváno označení Ústecko). Jádro oblasti tvoří hranice města Ústí nad Labem a přilehlé obce, viz obr. 1. Celková **rozloha okresu je 404,7 km^2**, což ho činí nejmenším okresem Ústeckého kraje (7,6 % rozlohy Ústeckého kraje). **Počet obyvatel** byl k 31. 12. 2017 celkem **119 498**, z toho **ve městě Ústí nad Labem 93 040** (ČSÚ, 2018).

Z odborného hlediska je dle České centrály cestovního ruchu (CzechTourism) oblast zařazena do **turistického regionu** Severozápadní Čechy. Největší část území spadá dále do **turistické oblasti** Krušné hory a Podkrušnohoří, je však nutné dodat, že turistika na Ústecku je značně ovlivněna i dvěma okolními oblastmi, tj.: (1) Českým středohořím a Žateckem a (2) Českým Švýcarskem.

Příhraniční poloha je zásadním faktorem pro rozvoj turistiky v regionu. Ústecko přímo sousedí se Svobodným státem Sasko a výborná dostupnost mezi Ústím nad Labem a tamějšími Drážďany, Pirnou, nebo nepatrně vzdálenějším Altenbergem či Bad Schandau velmi výrazně ovlivňuje jak národnostní skladbu příchozích návštěvníků, tak způsob a zaměření prezentace našeho regionu směrem do zahraničí. Z tohoto hlediska je akceptace přeshraniční, resp. mezinárodní spolupráce v oboru velmi zásadní.

Obr. 1 Administrativní rozdělení okresu Ústí nad Labem - stav k 1. 1. 2016



Zdroj: ČSÚ, 2017

2.2 AKTUÁLNÍ PŘÍSTUPY K ROZVOJI CESTOVNÍHO RUCHU

2.2.1 Institucionální struktura destinačního managementu

V destinačním managementu oblasti (DMO – dle CzechTourism) se obecně uplatňuje čtyřstupňový systém:

1) lokální – města, obce, malá údolí, apod.
2) oblastní – turistické destinace v širší vazbě, např. České Švýcarsko
3) krajský – zákonný stupeň, výhodný pro krajské statistiky ČSÚ
4) národní – Česko.

Zařazení zájmové oblasti – Ústecka – lze provést následovně:

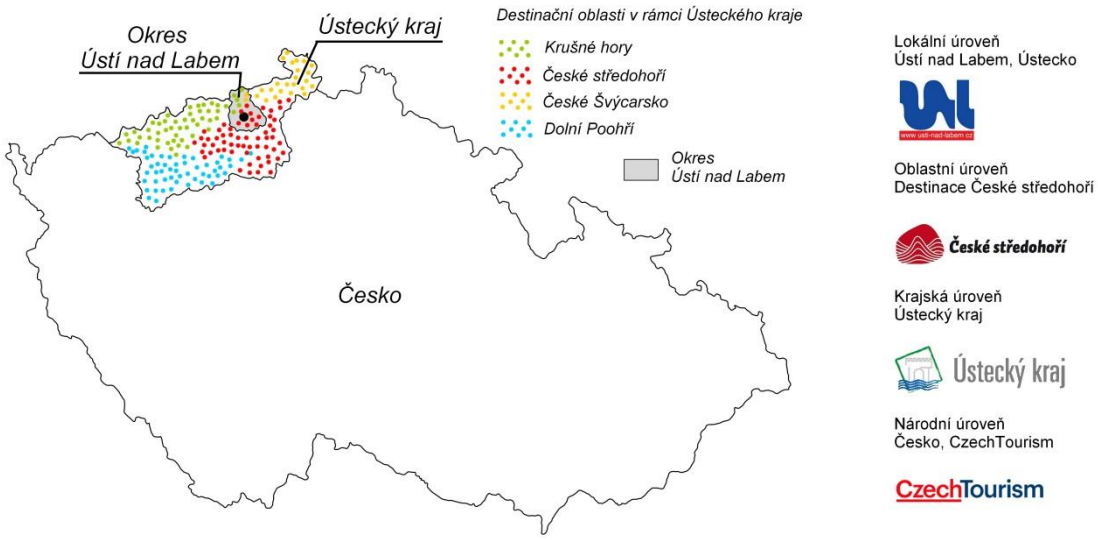
1) lokální – **Ústecko** (město Ústí nad Labem a okolí, tedy okres)
2) oblastní – **České středohoří** (v tomto případě není zařazení stoprocentní, neboť díky poloze oblasti nelze jednoznačně zařadit – silné vazby jsou rovněž na část Krušných hor, případně na Labské pískovce)
3) krajský – **Ústecký kraj** (v rámci krajského managementu spadá oblast rovněž do destinace České středohoří)
4) národní – **Česko.**

Do destinačního managementu řadíme všechny instituce a subjekty, které se podílí na strategii, dlouhodobém plánování, správě, managementu a vlastní činnosti v oblasti cestovního ruchu. Jak je uvedeno na obr. 2, výchozím bodem je **město Ústí nad Labem**, který tvoří přirozené jádro **okresu, potažmo ORP Ústí nad Labem**. Zde je potřeba oddělit územní působnost – do spádové oblasti, resp. oblasti, kterou z hlediska cestovního ruchu Magistrát města Ústí nad Labem řeší, spadá okres Ústí nad Labem tak, jak je vyznačen administrativně správní hranicí. **Destinační management** je ovšem dán turistickými jednotkami, resp. destinacemi, které jsou definovány na základě přirozeného členění (např. dle přírodní atraktivity, pohoří, údolí apod.). V našem případě se jedná o **České středohoří**. Ačkoliv do okresu Ústí nad Labem zasahují i další oblasti, je tento region řazen i v souladu s koncepcí Ústeckého kraje do destinace České středohoří.

Obr. 3 lépe popisuje vztahy mezi aktéry v praxi: hlavní nadřazenou úrovní je **Ústecký kraj**, ve kterém oblast cestovního ruchu spadá pod Odbor regionálního rozvoje a oddělení cestovního ruchu. Ústecký kraj je hlavním iniciátorem projektu na rozvoj cestovního ruchu z roku 2010, který je znám pod názvem Brána do Čech a pod jednotnou marketingovou značkou sdružuje z turistického hlediska celý kraj. V rámci tohoto projektu byl kraj rozčleněn do čtyř podoblastí, v nichž vznikly jako manažerské jednotky tzv. destinační agentury, které mají statut obecně prospěšné společnosti. Ve svých územích tak koordinují rozvoj cestovního ruchu dle vlastních specifik. Město Ústí nad Labem dle tohoto členění spadá do oblasti spravované **Destinační agenturou České středohoří, o.p.s.**, jejíž sídlo je v Litoměřicích.

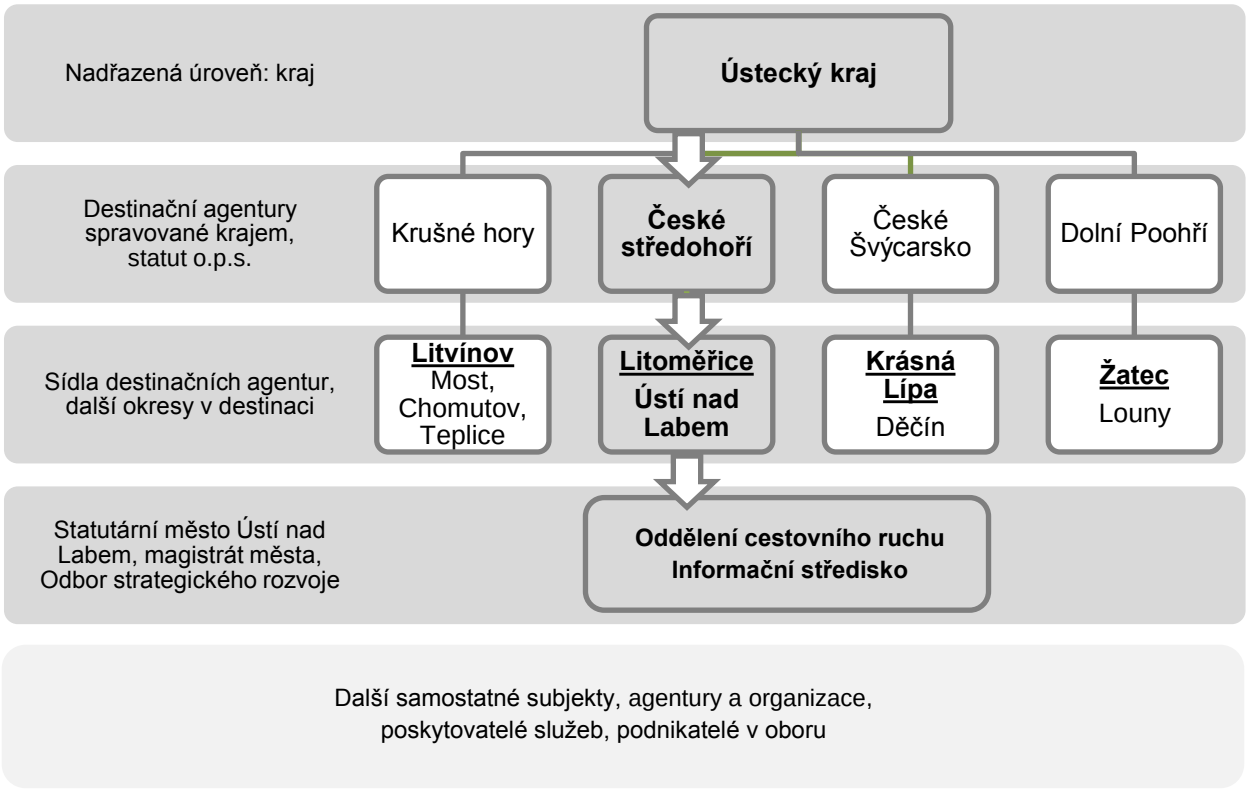
Město Ústí nad Labem vykonává svou činnost v oblasti cestovního ruchu prostřednictvím **Magistrátu města Ústí nad Labem** – Odboru strategického rozvoje – oddělení cestovního ruchu. Činnost oddělení cestovního ruchu je zajišťována celkem sedmi referentskými pozicemi, z čehož jsou čtyři přímo v budově magistrátu a koordinují činnost celého oddělení, a tři jsou zastoupeny referentskými místy v Informačním středisku města Ústí nad Labem.

Obr. 2 Struktura destinačního managementu oblasti



Zdroj: ©ČÚZK RÚIAN, dále upraveno 2018

Obr. 3 Institucionální struktura v oblasti cestovního ruchu



Zdroj: Vlastní zpracování, upraveno 2018

2.2.2 Strategie, management a výchozí přístupy

V zájmovém území neexistuje v současnosti aktuální a samostatný strategický dokument, který by popisoval střednědobý plán rozvoje cestovního ruchu. V minulosti (r. 2006) byla zpracována *Marketingová studie zaměřená na podporu místního cestovního ruchu na Ústecku* a později (r. 2008) byla zpracována studie zaměřená na *Možnosti kongresového cestovního ruchu v Ústí nad Labem*.

Zásadním dokumentem je však *Strategie rozvoje města Ústí nad Labem 2015 – 2020*, která byla sestavena jako „nástroj k systematickému rozhodování v otázkách rozvoje města i pro co nejefektivnější a nejúčelnější využívání vnějších finančních zdrojů v rámci programového období EU 2014 – 2020“. Strategie je členěna standardním způsobem, tj. na analytickou, návrhovou, a akční část vč. implementace. V analytické části jsou uvedeny další důležité dokumenty vyšších hierarchických úrovní, výsledky šetření a analýzy dat, analýza rizik či finanční analýza a další nezbytné kapitoly. Návrhová část je věnována vizím a cílům v jednotlivých tematických okruzích, přičemž cestovní ruch je zmíněn v části „Kultura, sport a cestovní ruch“. Problematika rozvoje cestovního ruchu je v uvedené kapitole zmíněna zejména v souvislosti s následujícími cíli (od str. 106), a to pod jednotnou vizí „Ústí nad Labem – město s kvalitní a pestrou nabídkou služeb pro trávení volného času jeho obyvatel i návštěvníků“:

1) Zlepšit podmínky pro kulturní život ve městě
2) Zlepšit podmínky pro sport a volnočasové aktivity
3) Zvýšit atraktivitu města a jeho přírodních a industriálních hodnot
4) Oživení řeky Labe
5) Podporovat sounáležitost občanů s městem a jeho tradicemi

Celý dokument se věnuje cestovnímu ruchu jako jednomu z témat v rozvoji města obecně, ale pro bližší specifikaci a objasnění dílčích cílů a vazeb v rámci turismu jako samostatného oboru, bohužel nestačí. Aktuálně na Odboru strategického rozvoje MmÚ probíhají přípravy pro sestavení ***Strategie rozvoje města do r. 2030***. Výběrové řízení na zpracovatele Strategie rozvoje města do r. 2030 proběhlo v období 27. 6. – 16. 7. 2018. Po třech jednáních vybrala hodnotící komise nejvhodnější nabídku od společnosti KPMG Česká republika, s. r. o. Strategie rozvoje města Ústí nad Labem do r. 2030 bude rozdělena do tří základních částí: analytická, návrhová, implementační.

Cestovní ruch bude obsažen ve všech zmíněných částech Strategie rozvoje města do roku 2030. Nicméně, v návrhové a implementační části budou cíle, opatření a indikátory zpracovatelem přednostně integrovány zejména do 6 integrovaných oblastí:

- Udržitelná mobilita
- Kultivace veřejných prostor
- Kvalita života
- Podpora podnikání
- Lidské zdroje
- Image města.

Na základě iniciativy oddělení cestovního ruchu bylo vyžadováno, aby cestovnímu ruchu byla věnována zvýšená pozornost a vznikla v rámci Strategie samostatná koncepce cestovního ruchu a public relations. Ta by měla být hlavním nástrojem integrované oblasti *Image města* a bude zpracována jako **samostatný koncepční dokument**.

Vhodnější dokument po tematické stránce je *Strategie rozvoje cestovního ruchu v Ústeckém kraji 2015 – 2020*. Ačkoliv je zájmovou oblastí tohoto dokumentu celý kraj, lze v něm nalézt zásadní témata a priority, kterým je v turistické praxi věnována hlavní pozornost. V dokumentu je přehledně zpracována analýza nabídky v cestovním ruchu u jednotlivých oblastí, dále analýza poptávky vč. vývoje návštěvnosti, pozice kraje vzhledem k příhraničnímu Sasku a další nezbytné kapitoly.

V případě Ústecka je zdůrazňována **krajina Českého středohoří**, **cykloturistika** nejen na Labské stezce, cyklobusy, lanová dráha a Větruše, dále lokální koupaliště a vodní plochy (Klíše, Brná, Milada). Zmíněna je samozřejmě také **poznávací turistika** (moderní historie, řada unikátních církevních a architektonických památek), dále zoo či Mariánská skála. Své místo v dokumentu mají i tradiční kulturně společenské akce, mezi kterými je řada mezinárodních akcí (např. Mezinárodní taneční festival, Mezinárodní festival sborového zpěvu, či Mezinárodní soutěž klavíristů Virtuosi per musica di pianoforte). Pro účely cestovního ruchu jsou v dokumentu popsány rovněž hromadné ubytovací kapacity, mezi kterými jsou vyjmenována i zařízení vyšší kategorie (4hvězdičkové hotely vhodné nejen pro kongresovou turistiku) a také zařízení s certifikací Cyklisté vítáni, která dokládají rostoucí oblibu cykloturistiky nejen tuzemského, ale díky Labské stezce i mezinárodního charakteru. V návrhové části Strategie je v souvislosti s městem Ústí nad Labem zmiňována zejména Labská stezka, hrady a vrcholy Českého středohoří, či jako celokrajské téma např. turistická doprava nebo regionální výrobky.

Ústecký kraj nechal prostřednictvím společnosti SPF Group, s.r.o. v roce 2017 zpracovat *Hodnocení a analýzu návštěvnosti Ústeckého kraje*. Hlavním cílem tohoto dokumentu je shromáždit a vhodně interpretovat data k turistickým kapacitám a návštěvnosti kraje, přičemž řada dílčích výsledků operuje rovněž s územím Ústecka. Jedná se o relativně obsáhlý a podrobný dokument.

Mimo strategické dokumenty se v praxi uplatňuje několik klíčových přístupů, které reagují na současný stav a potřeby v oblasti rozvoje cestovního ruchu. Jedná se jak o pravidelné aktivity, tak o nová témata, která jsou v rámci činnosti oddělení vyhodnocena jako žádoucí nebo atraktivní.

2.2.3 Efektivita činnosti a zpětná vazba včetně veletrhů

Hlavní činností oddělení cestovního ruchu je cílená a **efektivní propagace města a regionu** postavená na pozitivní **prezentaci** konkrétních turistických cílů, kvalitním **provozu** Informačního střediska města Ústí nad Labem, **spolupráci** s místními subjekty cestovního ruchu a realizaci Projektu Zdravé město a místní Agenda 21. V souvislosti s tím lze rámcově shrnout dlouhodobě a pravidelně realizované aktivity (obr. 4). Uvedený rozsah představuje primární zacílení činnosti, často však dochází k úzkému propojování, např. lokální akce je zařazena do národní kampaně, atd. **Přehled navštívených veletrhů**, kde se město Ústí nad Labem prezentovalo, je uveden samostatně v tab. 1.

Častou snahou je vyjádřit **efektivitu realizovaných aktivit**, která je v daném oboru velmi těžko měřitelná (je třeba kombinovat kvantitativní i kvalitativní ukazatele). Cenným zdrojem jsou statistiky a přehledy, jímž je věnována pozornost dále ve zprávě, ale nyní je vhodné zmínit například **nárůst počtu turistů v okresu Ústí nad Labem**, který mezi lety 2012 a 2016 činil **51.1 %**[1].

[1] Dle článku na https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/kde-pribyva-turistu-a-kam-prestavaji-jezdit-podivejte-se-na-interaktivni-mapu_1708210600_zlo (citováno v seznamu zdrojů).

Obr. 4 Rámcové shrnutí pravidelných dlouhodobých aktivit a jejich rozsahu

Lokální a regionální rozsah	Národní rozsah	Mezinárodní rozsah
• propagace a zajištění vlastních akcí v rámci regionu • koncepční spolupráce na provozu cyklocentra • péče o drobnou turistickou infrastrukturu • realizace každoročního Zahájení turistické sezóny a dalších akcí (sportovní, dopravně-bezpečnostní, aj.) • zajištění provozu informačního střediska • spolupráce a vytváření nových kontaktů s místními subjekty	• webová prezentace města • tisková/mediální prezentace města (inzerce, rozhlas, tisk) • tvorba a aktualizace tištěných mateirálů • prezentace města na akcích, setkáních, tuzemských veletrzích • naplňování aktivi v rámci Projektu Zdravé město a místní Agenda 21 (Fóra Zdravého města, kampaně, dotační program) • členství a pravidelná účast v Koordinanční skupině Labské stezky • zapojování se do národní putovní výstavy Cestami proměn • provozování systému www.vstupenkyusti.cz	• účast na mezinárodních i tuzemských veletrzích cetovního ruchu • účast na mezinárodních presstripech (zajištění části programu) • realizace periodických akcí typu Dny evropského dědictví, Evropský týden mobility • spolupráce v propagaci Ústeckého 1/2Maratonu • členství, ko-předsednictví a pravidelná účast v Odborné pracovní skupině pro kulturu a cestovní ruch Euroregionu Elbe-Labe • částečné zapojení se do mezinárodních projektů (např. Vital Cities) • přímá spolupráce s Letištěm Drážďany na základě Dohody o spolupráci

Zdroj: vlastní zpracování, aktualizováno 2018

Komentář k veletrhům

Zaměření a vývoj veletrhů se v čase mění, je proto třeba zdůraznit, že současná podoba veletrhů se od historicky počátečních ročníků mění. Největší rozkvět zaznamenaly veletrhy ve svých obchodně nejúspěšnějších letech, tzn. mezi lety 2004 – 2008. Od nástupu celosvětové hospodářské krize na konci roku 2008 zaznamenalo i odvětví cestovního ruchu velký propad. V uvedeném období byla prezentovaná nabídka pro návštěvníky něčím novým, neotřelým a velmi atraktivním. V období vyrovnávání hospodářské krize a znovunastartováním propagace jednotlivých destinací se veletrhy staly již tradiční, nabídky řady destinací se staly relativně vyrovnané.

Současný vývoj poukazuje na **diverzifikaci návštěvnické struktury**. Každý veletrh je velmi odlišný, a to jak prezentovaným obsahem, tak cílovou skupinou návštěvníků. V současné době je více specificky zaměřených veletrhů (např. pro cykloturistiku, pro kempování a karavany, pro lázeňství, pro exotiku, atd.). Ročníky těchto úzce zaměřených veletrhů rozdělují potenciální příjezdové návštěvníky do skupin, které je navštěvují pak každoročně. Je proto žádoucí z hlediska vystavovatele navštěvovat takové veletrhy s příslušnou nabídkou, což v případě města Ústí nad Labem a jeho relativně širokého spektra nabídky lze. Dlouhodobě je Ústecko oblíbenou destinací pro cyklisty a pěší turisty. Své místo v nabídce mají také tradičně oblíbené hrady, zámky a rozhledny, které lze prezentovat univerzálně na jakémkoliv veletrhu.

Profil návštěvníka veletrhu je odlišný jak z hlediska poptávané destinace, tak z hlediska jeho výchozí tuzemské země. Například, pokud se Čech zajímá o nabídku v Česku, je zpravidla na obecné rovině: má základní přehled, řadu míst již navštívil, doptává se na aktuální informace, změny, nebo dobudování infrastruktury. Bývá zvykem, že pokud má zájem o pěší turistiku na horách, nezáleží mu příliš na tom, zda načerpá tipy v Krušných horách, nebo na Šumavě. Na druhé straně, pokud se o nabídku v Česku zajímá Němec, přichází obvykle s konkrétní poptávkou – např. požaduje trasy pro cyklistiku v okolí města Ústí nad Labem, muzea v Praze, nebo horské túry v Krkonoších. Je samozřejmé, že výše popsané je pouze obecný rámec, který neplatí 100%, ale byl v praxi již několikrát potvrzen.

Významným zdrojem informací je v současné době **internet a elektronická prezentace** obecně. Doba, kdy jedinou spolehlivou informací byl pro návštěvníka rozhovor s pracovníkem cestovní kanceláře a tištěný katalog, již pominula. V současnosti ovlivňují návštěvníka internet a veletrh obousměrně:

> **a) Výchozí internet:** v tomto případě si návštěvník vytipuje několik destinací a aktivit na internetu, porovná nabídky, zhodnotí destinace dle veřejných fór a diskuzí, naplánuje si předběžný časový i finanční harmonogram. Následně navštíví veletrh, kde vyhledá jím vybrané destinace a na místě se doptá na detailní či aktuální informace.
>
> **b) Výchozí veletrh:** v tomto případě návštěvník zpravidla nemá finálně zvolenou destinaci, inspiruje se návštěvou veletrhu. Na místě si nechá vyložit jednotlivé nabídky a následně si k nim dohledá recenze a doplňující informace na internetu, případně učiní rezervaci nebo objednávku.

Oba přístupy se částečně prolínají a mohou se více projevit u specifičtěji zaměřeného veletrhu. Město Ústí nad Labem se snaží na veletrzích reagovat na různorodou poptávku. Nabízí jak aktivní, tak pasivní možnosti rekreace, doplňuje nabídku okolních regionů a těží především z výborné dostupnosti ze všech světových stran.

Tab. 1 Podrobný přehled tuzemských i zahraničních veletrhů s prezentací města Ústí nad Labem v roce 2017

Veletrh	Popis	2017			2018		
		Termín	PV	PN	Termín	PV	PN
Veletrh ITF Slovakiatour Bratislava	- regionální a historická blízkost, uplatnění domácí nabídky - alternativa domácího cestovního ruchu	25. - 29. 1.	741	69 386	25. – 28. 1.	737	70 867
Vacantiebeurs Utrecht	- cykloturistika je jednoznačný fenomén veletrhu	10. – 15. 1.	1 080	108 779	9. – 14. 1.	1.066	105.369
Reisemesse Dresden	- tradiční přihraniční veletrh s masovou návštěvností - návštěvníci znají velmi dobře Ústecko, v oblibě zejména pěší výlety, cykloturistika a také návštěva kulturních a sportovních akcí	27. – 29. 1.	více než 400	30 000	26. – 28. 1.	400	33.000
Holiday World Praha	- nejvýznamnější tuzemský veletrh zaměřený jak na odbornou, tak na laickou veřejnost	16. – 19. 2.	634	26 850	15. – 18. 2.	642	29.535
f.re.e München	- jeden z veletrhů s rekordní návštěvností, zájem především o cyklomapy, turistické mapy, pěší výlety po přírodních atraktivitách, hradech a zámcích	22. – 26. 2.	více než 1 300	více než 135 000	21. – 25. 2.	>1.300	135.000
Dovolená a Region, Lázeňství Ostrava	- zájem především o oficiálního průvodce Labskou stezkou, ostatní cykloturistické materiály	3. – 5. 3.	98	10 487	x	265	> 30.000
For Bikes Praha	- tematický veletrh zaměřený na cyklistiku, cykloturistiku a outdoor	x (pouze materiály)			6. – 8. 4. 2018 (osobně pouze 6. 4. 2018)		
Zahrada Čech Litoměřice	- prezentace města a regionu ve spolupráci s ÚK a DA - zájem o regionální turistiku a volnočasové možnosti	x (pouze materiály)			14. - 22. 9.	500	90.000
Miniveletrh cestovního ruchu Most	- regionální prezentace v malém územním měřítku s velmi pestrou nabídkou - největší zájem o cykloturistiku a vzhledem k začínající letní sezóně o možnosti rekreace u vody (jezero Milada) a turistické výlety k vyhlídkám a rozhlednám	13. 6.	17	bez vstupného, pořadatel nemá údaj	12. 6.	12	bez vstupného, odhad pořadatele: 500
ITEP Plzeň	- regionální veletrh s vysokou návštěvností, v oblibě regionální zvláštnosti a produkty	21. – 23. 9.	>100	10.000	x		
Reisen & Caravan Erfurt	- veletrh s návštěvností podobnou jako v Drážďanech, zahraniční zájem evidentní, návštěvníci poznávají region zejména pěšky nebo na kole	28. – 31. 10.	>270	>30.000	1. – 4. 11.	>300	>30.000
Touristik & Caravaning Leipzig	- veletrh velmi navštěvovaný, velký počet vystavovatelů, společně s Erfurtem jsou to první podzimní veletrhy, které odstartují veletržní sezónu	22. – 26. 11.	>600	>60.000	21. - 25. 11.	500	>60.000
Regiontour Brno (A.T.I.C.)	- navštíveno pouze v rámci prezentace ATIC ČR, prezentovány Slavné lokální značky z Ústí nad Labem	x			18. – 21. 1.	860	>30.000

Zdroj: vlastní zpracování, 2017-18 (informace o počtech vystavovatelů a návštěvníků jsou převzaty z tiskových zpráv a informací jednotlivých pořadatelů, viz seznam zdrojů)
Pozn.: PV = počet vystavovatelů, PN = počet návštěvníků

Město Ústí nad Labem se prezentovalo ještě v roce 2018 na téměř 20 akcích s vlastním stánkem, např. **Letiště Drážďany** – Trödelmarkt nebo na setkání královských měst v **Písku**, zahájení sezóny v **Ústí nad Labem**, apod.

2.2.4 Nová témata a tendence – výhled

Během posledních let, tj. 2015 – 2017 dochází k určité tematické transformaci v zacílení propagace. Nejedná se o zásadní změny, ale prosazují se nové prvky, nebo dříve opomíjená témata, která nahrazují ta, která jsou již dlouhodobě vyčerpána. Změny jsou vyvolány jednak turistickou poptávkou, která je sledována např. na veletrzích cestovního ruchu, kdy je možné vlastní nabídku porovnat v rámci regionu či státu s ostatními městy, nebo přímo v Informačním středisku města Ústí nad Labem, které eviduje zájem návštěvníků o dané produkty, tipy, či témata. Nedílným pilířem pro prosazení nových témat je aktuální stav a spolupráce s příslušnými subjekty. Externí partneři, soukromé firmy a provozovatelé různých zařízení jsou pro činnost oddělení klíčovým poskytovatelem konkrétní turistické nebo volnočasové nabídky. V praxi je častým problémem změna majitelů, ukončení nebo změna činnosti, a naopak velmi pozitivní je vznik nového subjektu nebo zahájení činnosti, která využívá dosud opomíjený potenciál daného místa či aktivity.

V praxi bylo vysledováno, že návštěvnická veřejnost se často orientuje na osobní doporučení a reference. Mnohdy rozhoduje o hodnocení daného místa první zkušenost. Flexibilita poskytovatele služeb zareagovat na nabídku konkurenčního subjektu je pro všechny aktéry zásadní vlastností pro úspěšné fungování. V případě města Ústí nad Labem by bylo do budoucna žádoucí těžit ze svých historických i přírodních specifik, jejichž potenciál není z hlediska propagace plně vyčerpán. Současně s tím je třeba umět reagovat na moderní přístupy, využívání nových technologií a způsobů komunikace mezi destinačními manažery a cílovým návštěvníkem.

Tematické a koncepční změny v posledních letech jsou především následující:

V předchozím vydání této zprávy (2017) bylo uvedeno:

- obnova historické turistické stezky a vytvoření nové naučné stezky[2] (osazení tabulemi, doznačení příslušnou symbolikou, zanesení do map; 2015/16)
- podpora činnosti nově vzniklého subjektu „Ústecké podzemí“
- zaměření se na propagaci podzemích prostor, historie spjaté s podzemím (obranné, hornické, či jiné)
- ukončení projektu Labská královna a postupné přípravy na její tematické pokračování
- stále důraznější zacílení na sport, pohyb a aktivní trávení volného času
- silnější podpora cykloturistiky (Cyklocentrum otevřeno 2016)
- propagace areálu jezera Milada (otevřeno pro veřejnost 2015)

V aktuálním roce (2018) lze upřesnit:

- personální složení oddělení posíleno o **1 referentské místo**
- zajištěno pokračování pohádek prostřednictvím díla **Dlouhonozí skřítci**, jejichž slavnostní představení je plánováno na prosinec 2018
- v srpnu 2018 byla podepsána Dohoda o spolupráci s novým významným partnerem: **Letištěm Drážďany**; jedná se o spolupráci v oblasti turismu a vzájemné propagace
- v cyklistické sezóně byl natočen další díl **Cyklotoulek** (UL – Tisá – Königstein – UL)
- v návaznosti na Zdravé město a místní Agendu 21 se rozšiřuje sortiment služeb v Cyklocentru města Ústí nad Labem: (1) **půjčovna městských kol**, (2) **půjčovna koloběžek**, (3) **půjčovna elektrických tříkolek s obsluhou** – primárně pro seniory.
- od 4/2017 funguje vstupenkový portál **www.vstupenkyusti.cz** (převzetí celé agendy)

[2] Jedná se o naučnou stezku Větruše popraviště – Ústecké podzemí.

3. STATISTICKÁ ČÁST

3.1 HODNOCENÍ STATISTICKÝCH ZDROJŮ

3.1.1 Vlastní data a informace

Nejdůležitějším kvantitativním ukazaletem, který je dlouhodobě sledován, je ***návštěvnost Informačního střediska města Ústí . L.*** Data jsou sbírána průběžně a celoročně. Lze je použít ke sledování vývoje sezónnosti, ale také částečně pro analýzu poměru tuzemských a zahraničních návštěvníků ve městě či regionu. Dle dostupných dat lze částečně krátkodobě prognózovat vývoj návštěvnosti, je třeba ale vždy zohlednit aktuální situaci (např. aktuální stav dopravního napojení, otevření nového turistického cíle, či naopak hrozby a překážky, které mohou bránit ve výjezdu do regionu). Od roku 2018 jsou do této zprávy doplněny informace a přehledy ***návštěvnosti Cyklocentra města Ústí nad Labem***, které pochází z evidence Městských služeb Ústí nad Labem.

Dalším zdrojem je ***kvalitativní hodnocení návštěvníků města/regionu***, které je obtížněji zpracovatelné, nicméně tvoří velmi výraznou zpětnou vazbu od koncového návštěvníka zpět k aktérům destinačního managementu. Kvalitativní hodnocení je pro činnost v tomto oboru stejně důležité, jako kvantitativní data, neboť ne všechny statistiky zohledňují vzaby mezi rozhodovacími procesy u návštěvníků, jejich motivací a kauzalitou obecně. Kvalitativní hodnocení rovněž přináší srovnání jednotlivých produktů a jejich atraktivity z pohledu návštěníka, resp. různých cílových skupin.

Mezi kvalitativní zdroje lze zařadit také ***Pocitovou mapu*** města Ústí nad Labem, která byla formou interaktivní aplikace spuštěna v r. 2017. Jejím obsahem je subjektivní hodnocení veřejnosti tříděné dle pocitů, které daná osoba na různých místech vnímá. Výstupem pocitové mapy je přehled míst označených barevnou značkou indikující kladné i záporné pocity (např. „tady jsem na město hrdý“, „tady je to nebezpečné“ atd.).

Zprávy a dokumentace z veletrhů cestovního ruchu jsou klíčovým zdrojem informací pro dvě linie v činnosti oddělení: (1) tematické zaměření a (2) regionální zacílení nabídky. Ačkoliv jsou veletrhy často masovou mezinárodní prezentací jednotlivých destinací, lze se díky tomu dobře zorientovat ve vlastní (České, tuzemské) nabídce a lépe tak stanovit priority a hlavní atraktivity ve vlastním městě a regionu. Odezva od zahraničních návštěvníků veletrhů je velmi dobrým a střízlivým hodnocením turistické nabídky, jejíž vývoj lze sledovat každoročně, protože většina veletrhů jsou již dlouholetou, periodicky se opakující a charakteristickou akcí v turistickém ruchu.

3.1.2 Veřejné celostátní statistiky a přehledy

Klasické celostátní či regionální statistiky a přehledy jsou hlavním zdrojem kvantitativních dat, která jsou sledována rovněž dlouhodobě a jejich interpretace je možná jak v rámci obecných souvislostí a vývoje, tak pro vytvoření datové základny ke konkretizaci kvalitativního hodnocení návštěvníků. Základním zdrojem jsou veřejně dostupné statistiky ***Českého statistického úřadu***, mezi kterými je nejpoužívanější Veřejná databáze, cenzus a regionální ročenky, příp. tematické statistiky.

Nedílnou součástí jsou statistiky a přehledy, které vydává ***CzechTourism a Ministersvo pro místní rozvoj ČR***, u nichž jsou velmi dobře zpracované výstupy pro pořeby v oblasti cestovního ruchu. Často slouží buď jako doplňující nebo srovnávací prvek pro statistiky

Českého statistického úřadu. CzechTourism zpracovává přehledy na celostátní i regionální úrovni a často zveřejňuje i tzv. žebříčky návštěvnosti, které vychází jak z obecné statistiky, tak z dotazování u samotných měst a subjektů v cestovním ruchu. V uvedených žebříčcích lze v určitém časovém horizontu vysledovat například oblíbenost jednotlivých destinací a turistických cílů včetně jejich návštěvnosti, což lze vhodně kombinovat s kvalitativním hodnocením návštěvníků. Jako ucelený elekteronický zdroj od CzechTourism lze uvést ***MIS – Marketingový informační systém***.

Do této kategorie lze zahrnout i ***krajské dokumenty a přehledy***, ačkoliv jejich zájmovým územím není celé Česko, ale Ústecký kraj. Z hlediska metodického zpracování jsou tyto dokumenty pro destinace hierarchicky nižšího řádu téměř stejně důležité, jako celostátní přehled. Výhodou je podrobnější zaměření na regionálně bližší destinace, kdežto celostátní dokumenty jsou určující spíše z obecného pohledu.

Nevýhodou veřejně dostupných statistik je buď záběr většího území (kraj, stát), kdy existují velmi zajímavá srovnání a analýzy, nicméně nelze je použít pro menší region, jako je město a jeho spádová oblast (zpravidla ORP/okres). V jiných případech se jedná o dostupná data v souvislosti s hromadnými ubytovacími zařízeními, které pro změnu nezohledňují jednodenní výlety nebo přenocování v soukromí (mimo hlášené subjekty, např. u příbuzných atd.).

3.1.3 Ostatní zdroje

Časopisy, jednorázové průzkumy, běžný tisk a média patří mezi ostatní zdroje, které jsou průběžně evidovány a využívány pro dílčí potřeby oddělení. Nejčastěji se jedná o medializaci, prezentaci návštěvnosti nebo zahajování/ukončování turistické sezóny. Všechny zdoje, které byly použity pro předloženou zprávu, jsou uvedeny v seznamů zdrojů. Na hranici mezi vlastními zdroji a ostatními zdroji stojí Strategie rozvoje města Ústí nad Labem 2015 – 2020. Ačkoliv je statutární město Ústí nad Labem ve spolupráci se zpracovatelskou firmou autorem dokumentu, mísí se v něm jak vlastní, tak obecná statistická data. Výhodou dokumentu je jeho přímá vazba na město Ústí nad Labem, naopak nevýhodou vzhledem k cestovnímu ruchu je jeho obecně rozvojové zaměření (vyloženě cestovnímu ruchu je věnována pouze malá část).

3.2 SOUČASNÉ TRENDY

3.2.1 Návštěvnost města, regionu, kraje

Mezi nejsledovanějšími statistickými ukazateli v oblasti cestovního ruchu je **počet hostů a počet přenocování**. Ve statistikách se objevují některá specifika, např. pohraniční oblasti mohou často vykazovat vysokou návštěvnost s nízkým počtem přenocování, důvodem je dopravní blízkost, která nevyžaduje přenocování v navštěvovaném regionu. Dále existují oblasti tzv. tranzitní, kterými projde velké množství návštěvníků, ale nejsou jejich cílovou destinací. Pro některé účely je třeba zvážit podíl rezidentů či cizinců, kteří tvoří další specifickou skupinu návštěvníků.

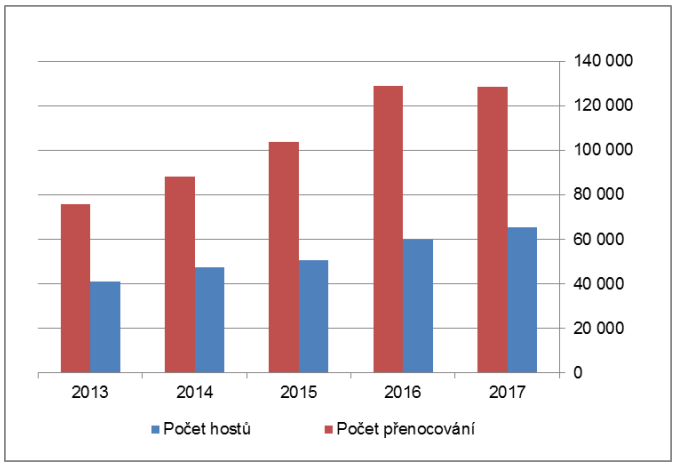
Ve městě Ústí nad Labem lze vysledovat stále stoupající počty jak hostů, tak přenocování. Jak je patrné z tabulky č. 2 a obr. 5, od roku 2013 do roku 2017 obojí **stabilně stoupá** (s výjimkou počtu přenocování ve městě Ústí n. L. v roce 2017). Počet hostů v Ústí n. L. se během sledovaných pěti let zvýšil téměř o 25 tisíc osob. Pozitivní je rovněž fakt, že stoupající návštěvnost je zaznamenávána v celokrajském měřítku. V podobném období se na území Ústeckého kraje navýšil počet přenocování o více než 800 tis. a počet hostů o bezmála 350 tis. (ČSÚ, 2017). Tento trend potvrzuje například také iROZHLAS (poznámka pod čarou, str. 10), který zveřejnil v srpnu 2017 článek s interaktivní mapou o turistické bilanci regionů ČR, ze kterého je patrný nárůst počtu turistů v okrese Ústí nad Labem o více než 50 % v letech 2012 – 2016.

Tab. 2 Základní přehled návštěvnosti města a okresu Ústí nad Labem 2013 - 2017

	Město				Okres			
	Ústí nad Labem				Ústí nad Labem			
	Počet hostů	Počet přenocování	Počet obyvatel	Index intenzity CR	Počet hostů	Počet přenocování	Počet obyvatel	Index intenzity CR
2017	***65 574***	***128 503***	***93 040***	***1,38***	***87 332***	***178 673***	***119 498***	***1,50***
2016	59 604	129 044	92 984	1,39	79 788	176 622	119 296	1,48
2015	50 747	103 686	93 248	1,11	70 319	146 881	119 512	1,23
2014	47 237	88 264	93 409	0,94	62 376	122 829	119 492	1,03
2013	40 957	75 612	93 523	0,81	55 035	108 914	119 519	0,91

Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování 2018

Obr. 5 Počet hostů a přenocování v HUZ ve městě Ústí nad Labem, grafické zpracování



Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování 2017

Obecně platí, že v roce 2017 ve srovnání s rokem 2016 v Ústí n. L. **stoupl počet hostů**, ale **klesl počet přenocování**. V okrese stouplo obojí, jak počet hostů, tak i přenocování. Lidé jezdí do města, ale méně přespávají, preferují jednodenní výlety, nebo se ubytovávají se mimo město. Rozdíl mezi počtem hostů ve městě a v okrese je asi 20 tis. lidí (o 20 tis. hostů je v okrese více, než pouze ve městě). **Průměrný počet nocí je 2,0**. V obou případech je vyšší počet rezidentů, než nerezidentů.

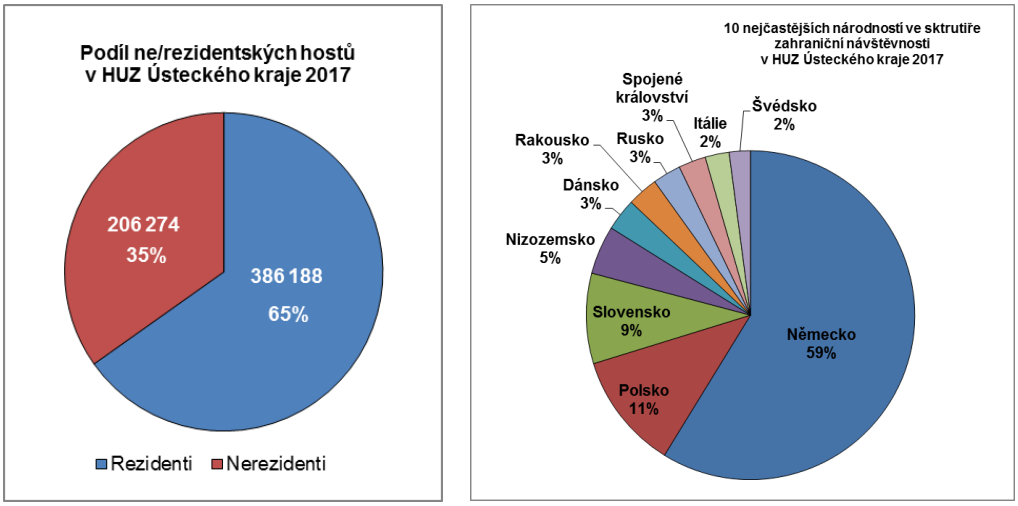
Návštěvníci Ústecka, potažmo celého Ústeckého kraje, uvádějí v různých analýzách a dotazováních zpravidla velmi podobné **důvody návštěvy** dané lokality. Objevují se relativně pestré důvody, ale vesměs reflektují typickou nabídku oblasti. Například, dle výzkumu letní etapy pro rok 2014[3] mezi nejčastější **důvody příjezdu do regionu** patřila: **poznávací turistika, pěší turistika, relaxace, turistika a sport, cykloturistika.**

Obecně se v nejrůznějších analýzách zdůrazňuje stále zvyšující se počet příjezdů, zejména zahraničních. Je nutné uvést několik aktuálních faktorů, které ovlivňují **mezinárodní pohyb** návštěvníků. Patří k nim zejména vývoj počasí, potenciální přírodní katastrofy, bezpečnostní situace vzhledem k politice a migraci a v neposlední řadě vývoj měnového kurzu (zpravidla Eura). V místních, regionálních podmínkách, lze doložit jednoznačný **vliv příhraniční polohy a dobré dopravní dostupnosti**.

Dle výsledků prezentovaných v lednovém (2017) čísle časopisu COT Celý o turismu se počet hostů hromadných ubytovacích zařízení v Ústeckém kraji ve třetím čtvrtletí roku 2016 zvýšil v meziročním srovnání o 12,8 %. Podobný nárůst je evidován u počtu přenocování. **Podíl zahraničních návštěvníků** je vzhledem k poloze regionu odvoditelný, viz obr. 6a+b. Ze stejného zdroje lze uvést, že forma návštěvy kraje je u zahraničních turistů převážně individuální (více jak 70 %), výrazně nižší je prostřednictvím cestovní kanceláře/agentury (do 20 %), přes zaměstnavatele (cca 10 %). Zanedbatelné množství (2 %) zahraničních návštěvníků cestuje do kraje jinou formou.

Pozitivní data uvádí i ČSÚ (2018) o cestovním ruchu v **Ústeckém kraji ve 4. čtvrtletí 2017**: Během října až prosince 2017 vzrostl v HUZ ÚK meziročně jak počet hostů, tak počet přenocování. Ve 4. čtvrtletí 2017 navštívilo HUZ v ÚK **celkem 110 966 hostů**, tj. **o 7,0 % více**, než ve stejném období předchozího roku. Obecně lze říci, že ve struktuře hostů celého kraje převažovali domácí hosté (63 %). Téměř polovinu (48,8 %) z nerezidentů tvořili hosté z Německa. Podobný trend je i za **kompletní rok 2017 v Ústeckém kraji**, viz obr. 6a+b.

Obr. 6a, 6b Struktura zahraničních návštěvníků Ústeckého kraje 2017



Zdroj: ČSÚ, 2018

Zajímavostí a přínosným šetřením je tzv. **žebříček nejnavštěvovanějších míst Česka**, který zveřejnila v r. 2018 Česká centrála cestovního ruchu v brožuře **Návštěvnost turistických cílů 2017**. Do desítky nejnavštěvovanějších míst v Ústeckém kraji se dostala i **Zoo Ústí nad Labem**, a to na osmé místo (v předchozím roce byla dokonce na pátém). Se svými 164 tis. návštěvníky tak v daném roce v návštěvnosti předčila například hrad Loket, hrad Špilberk, zámek Pardubice, Dinopark Liberec nebo Státní zámek Telč.

[3] Výzkum zaměřený na domácí cestovní ruch, Severozápadní Čechy. Vyhodnocení etapy léto 2014. Zadavatel: Česká centrála cestovního ruchu, zpracovatel IPSOS s.r.o., 2014

3.2.2 Návštěvnost Informačního střediska města Ústí nad Labem

Vývoj celkové návštěvnosti

Od poloviny roku 2009 sídlí Informační středisko města Ústí nad Labem v prostorách Paláce Zdar, na Mírovém náměstí. V tabulce č. 3 a na obrázku č. 7 je uveden přehled vývoje návštěvnosti infostřediska v absolutních počtech. Dle uvedených hodnot je evidentní, že dlouhodobě **největší podíl mají tuzemští návštěvníci**. Zahraniční návštěvnost kolísá přibližně mezi 5 a 7 % za rok. Ze zahraničních návštěvníků bývá zpravidla nejvíce Němců, menší podíl je pak anglicky hovořících návštěvníků (mezi nimi Holanďané, Francouzi, Angličané atd.), případě rusky hovořících návštěvníků.

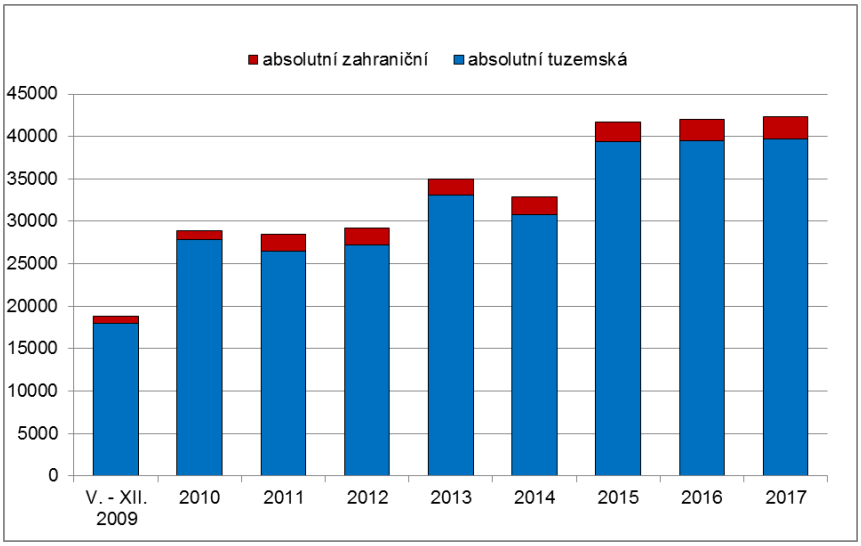
Celkový počet je relativně vyrovnaný, návštěvnost se pohybuje zhruba mezi 30 a 35 tisíci návštěvníky za kalendářní rok. Poslední dva uzavřené roky, tj. 2016 a 2017, byla návštěvnost dokonce **nad hranicí 40 tis. návštěvníků**. Z tabulky lze vyzdvihnout také rok 2013, ve kterém návštěvnost dosáhla 35 tis. návštěvníků. Důvodem byly Napoleonské slavnosti při příležitosti výročí 200 let od slavné bitvy u Chlumce. Se slavnostmi byla spojena řada výjimečných akcí a kampaň, která s sebou přinesla vysoký počet návštěvníků. Významným mezníkem v provozu infostřediska je rok 2015 s jednou z nejvyšších návštěvností (přes 40 tis. návštěvníků). V tomto roce bylo infostředisko poprvé otevřeno i během státních svátků (vyjma vánočních).

Tab. 3 Přehled celkové návštěvnosti infostřediska

		V. - XII. 2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018 I. – VIII.
Návštěvnost absolutní celkem		**18831**	**28847**	**28530**	**29178**	**35014**	**32896**	**41700**	**42025**	**42 292**	**29 682**
z toho:	**tuzemská**	18002	27888	26503	27235	33124	30800	39340	39450	39 691	27 908
	zahraniční	829	959	2027	1943	1890	2096	2360	2575	2601	1774
	% tuzemská	*95,6*	*96,7*	*92,8*	*93,3*	*94,6*	*93,6*	*94,3*	*93,9*	*93,8*	*94,1*
	% zahraniční	*4,4*	*3,3*	*7,2*	*6,7*	*5,4*	*6,4*	*5,7*	*6,1*	*6,2*	*5,9*

Zdroj: Systém monitoringu návštěvnosti TIC, vlastní zpracování, aktualizace 2018

Obr. 7 Vývoj celkové návštěvnosti infostřediska



Zdroj: Systém monitoringu návštěvnosti TIC, vlastní zpracování, aktualizace 2018

Vývoj návštěvnosti za poslední uzavřený rok (2017)

V návštěvnosti se silně projevuje **sezónnost**, a to jak na počtu návštěvníků, tak na jejich struktuře. Pro ilustraci je v tabulce č. 4 uveden přehled za celý rok 2017. V uvedeném roce navštívilo Informační středisko města Ústí nad Labem celkem **42 292** osob. Jedná se o **rekordní** návštěvnost. Podíl mezi tuzemskými a zahraničními návštěvníky je stabilní, většinu tvoří Češi (39 691 osob) a zbývající počet zahraničních návštěvníků tvoří převážně Němci (2 601).

Z přehledu je patrné, že nejvyšší návštěvnost v tomto období připadá na **srpen**. Obecně platí, že vyšší návštěvnost začíná být stabilní v měsíci květnu, kdy v infostředisku začíná letní provoz a otevírací doba je sedm dní v týdnu (včetně státních svátků). Relativně vysoká návštěvnost byla zaznamenána mimo hlavní sezónu i v **lednu**, což lze vysvětlit hojně navštěvovanou výstavou a také vydáním oficiálního cykloprůvodce Labskou stezkou pro rok 2017, o kterého je každoročně velký zájem.

Tab. 4 Vývoj návštěvnosti v roce 2017 (I. – XII.)

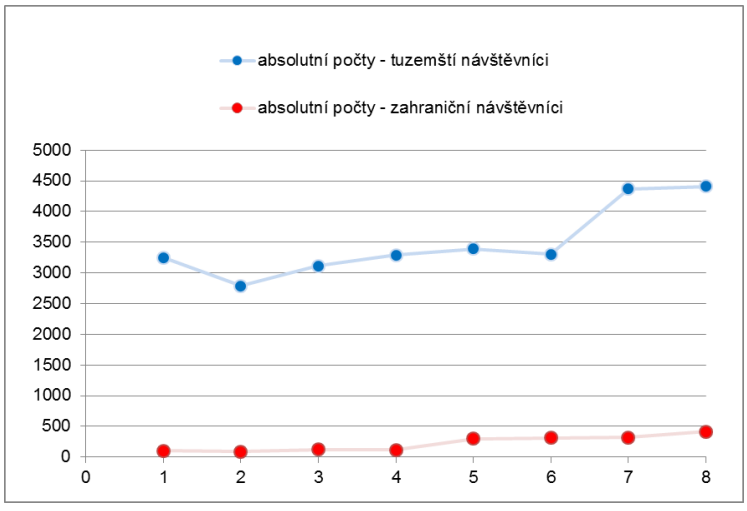
		vedlejší sezóna				*hlavní sezóna*					*vedlejší sezóna*			
Rok 2017 absolutní počty		**I**	**II**	**III**	**IV**	**V**	**VI**	**VII**	**VIII**	**IX**	**X**	**XI**	**XII**	**Σ**
Počet návštěvníků		**3 273**	**2 780**	**3 149**	**3 426**	**3 643**	**3 540**	**4 588**	**4 735**	**4 542**	**3 387**	**2 995**	**2 234**	**42 292**
z toho:	**tuzemští**	3 176	2 693	3 046	3 242	3 363	3 248	4 282	4 334	4 216	3 148	2 813	2 130	**39 691**
	zahran.	97	87	103	184	280	292	306	401	326	239	182	104	**2 601**

Zdroj: Systém monitoringu návštěvnosti TIC, vlastní zpracování, aktualizace 2018 dle sjednocené metodiky
(v období I – V 2017 byla z důvodu starší sčítací metodiky velmi mírně odlišná součtová data za daný měsíc, nyní bylo sjednoceno)

Sezónní návštěvnost 2018

Zmíněná sezónnost se projevuje na návštěvnosti infostřediska různým způsobem. Mezi hlavní ukazatele patří **počet návštěvníků a jejich skladba**, resp. struktura. Na sezónní návštěvnosti se podepisují i jednorázové či pravidelné akce. Dle grafu na obr. č. 8 je zachycena návštěvnost v roce 2018 do posledních dostupných údajů, tedy od ledna do srpna. Je zřetelné, že s malými odlišnostmi je rozdíl v poměru mezi tuzemskou a zahraniční návštěvností vyrovnaný. I přes nízký podíl zahraniční návštěvnosti je evidentní, že obecně narůstá počet návštěvníků od jara, kdy začíná turistická sezóna. Ačkoliv není graf dokončený až do prosince, je nutné zmínit, že je očekávána v součtu vyšší návštěvnost paradoxně v sezóně vedlejší, neboť obsahuje delší časové období a potvrzuje tak dlouhodobý trend. Hlavní sezóna je o celé dva měsíce kratší, čímž dochází k monitoringu výrazně nižšího počtu návštěvníků. Mimo hlavní sezónu jsou služby infostřediska využívány také školami pro exkurze, veřejností v období Vánoc apod.

Obr. 8 Sezónní návštěvnost infostřediska I. – VIII. 2018

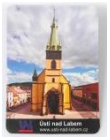
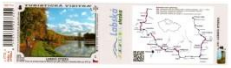
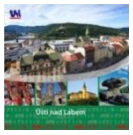
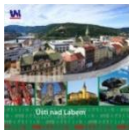


Zdroj: Systém monitoringu návštěvnosti TIC, vlastní zpracování, 2018

Přehled nejprodávanějších předmětů

Jako doplňkový přehled lze uvést deset nejprodávanějších předmětů v posledních třech uzavřených letech, tj. za roky 2015, 2016 a 2017. Fotografie jsou v některých případech ilustrační (např. pohledy; prodávané jsou pohledy obecně, nikoliv jen s vyobrazením hradu Střekov). Z tabulky č. 5 je patrné, že návštěvníci mají největší zájem o **pohledy, turistické vizitky, turistické známky a mapy.** Předběžné statistiky potvrzují tento trend i pro první pololetí roku 2018.

Tab. 5 Nejprodávanější předměty v informačním středisku 2015 - 2017

	2015		2016		2017	
1.	turistická vizitka		turistická vizitka		pohled ***3.944 ks***	
2.	pohled		pohled		turistická vizitka ***3.280 ks***	
3.	turistická známka		turistická známka		turistická známka ***1.188 ks***	
4.	mapa města		magnet		mapa města	
5.	turistická vizitka		turistická vizitka		brožura Ústí nad Labem (AJ)	
6.	DVD Ústí nad Labem		pohled		magnet	
7.	brožura Ústí nad Labem		mapa města		pexeso zoo	
8.	pexeso Labská královna		velké panorama		DVD Ústí nad Labem	
9.	velké panorama		turistický deník		turistický deník	
10.	magnet plechový		magnet plechový		pohled vysekávaný	

Zdroj: Informační středisko města Ústí nad Labem, vlastní zpracování, aktualizace 2018

Další zajímavosti z Informačního střediska města Ústí n. L. za rok 2017

Nejprodávanější knihy	Historie Ústecké kopané	96 ks
	Krásy Ústí nad Labem	40 ks
	Ernst Gustav Doerell	22 ks
Soutěže, kvízy	oceněno celkem **86** osob	
Exkurze	proběhlo celkem **11** exkurzí z ústeckých ZŠ a SŠ	
Odborné praxe	praxi v infostředisku absolvovalo **7** studentů + **1** praktikant v rámci EU projektu Vzdělávání praxí	
Výstavy	proběhlo celkem **12** výstav, v dubnu 2017 proběhla jubilejní **100.** výstava (předán pamětní list)	
E-shop	přijato nejvíce objednávek na turistické deníky, mapy města a okolí a pexesa	

Obr. 9 Koláž: Zajímavosti z infostřediska za rok 2017

Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Zleva nahoře: Nejprodávanější knihy – Historie ústecké kopané, Krásy Ústí nad Labem, Ernst Gustav Doerell
Zleva dole: Pamětní list k jubilejní 100. výstavě, ukázka prodejního sortimentu

Průběžná aktualizace propagačních tiskovin v roce 2017

Aktualizované letáky:

- Jezero Milada (ČJ)
- Zoo Ústí nad Labem (4j. – ČJ, AJ, NJ, RJ)
- Zlatá čtyřka (ČJ, NJ)
- Rozhledny a vyhlídky na Ústecku (ČJ, NJ)
- Tipy na výlety (ČJ, NJ)
- Větruše (ČJ/NJ, ČJ/AJ)
- Lanová dráha Větruše (3j. – ČJ, NJ, AJ)

Nové tiskoviny:

- Naučné stezky v Ústí nad Labem (ČJ, NJ, AJ)
- Informační středisko pro školy (ČJ)

Vyřazené letáky:

- Naučné stezky z Větruše (po rozdání se již nebudou aktualizovat)
- Ústí nad Labem a okolí - Základní informace (dtto)

Nové brožury:

- **Ubytování a stravování v Ústí nad Labem a okolí** (3j. – ČJ, NJ, AJ)
- **ÚstíČKO** (občasník, 1. vydání podzim 2017)

Plánované aktualizace:

- Jezero Milada (NJ, AJ)
- Ústecká NEJ (ČJ, NJ, AJ)
- Vilová architektura (ČJ)
- Umělecká stezka (ČJ)
- Tipy na výlety (AJ)

Obr. 10 ÚstíČKO, vyd. č. 6

Zdroj: Archiv města Ústí n. L.

3.2.3 Návštěvnost Cyklocentra města Ústí nad Labem

Cyklocentrum města Ústí nad Labem bylo **otevřeno v dubnu 2016** v prostoru Zanádraží. Z cykloturistického hlediska ho materiálně zabezpečuje a koncepčně vede Magistrát města Ústí nad Labem, oddělení cestovního ruchu. Provozovatelem jsou Městské služby Ústí nad Labem, příspěvková organizace. V roce 2018 bylo pro účely rozšíření této statistické zprávy rozhodnuto o včlenění cyklocentra do přehledu v samostatné podkapitole.

Služby, které cyklocentrum poskytuje, jsou zaměřené především na cyklisty, kterým nabízí kompletní servis včetně možnosti zapůjčení nářadí, prodeje náhradních dílů a potřeb či možnosti se osprchovat. Stejně jako informační středisko, zajišťuje služby nejen cyklistům, ale i turistům a ostatním návštěvníkům města.

Srovnání služeb informačního střediska a cyklocentra

Informační středisko

- součást oddělení cestovního ruchu Magistrátu města Ústí nad Labem
- základní pomoc občanům (nejen turistům a cyklistům)
- podíl na korektuře a tvorbě turistických a informačních materiálů o městě
- registrační místo Senior pasů
- pořádání výstav, přednášek, exkurzí a konferencí
- prodej vstupenek na kulturní akce
- prodej propagačních a předmětů města a dalšího sortimentu
- provoz e-shopu
- WIFI, dětský koutek, galerie

Cyklocentrum

- ve správě Městských služeb Ústí nad Labem, p.o.
- kompletní servis a kvalitní zázemí pro cyklisty (včetně sociálního zařízení, úschovy)
- možnost zapůjčení kol a koloběžek, v přípravě elektrická tříkolka pro seniory
- poskytované informace jsou zaměřeny především na cykloturistiku
- prodej především duší, řetězů a dalších dílů, mazacích prostředků a jiných potřeb pro cyklisty
- veřejný internet a WIFI, základní občerstvení

Přehled návštěvnosti cyklocentra

Tab. 6: Návštěvnost Cyklocentra města Ústí nad Labem

Rok	**Počet návštěvníků**
2016	5609
2017	7144
2018 (I-X)	8367

z toho:

leden	*únor*	*březen*	*duben*	*květen*	*červen*	*červenec*	*srpen*	*září*	*říjen*
259	*292*	*357*	*935*	*1281*	*973*	*1252*	*1253*	*975*	*790*

Zdroj: Městské služby Ústí nad Labem, p.o.

Z tabulky č. 6 je patrné, že počet návštěvníků cyklocentra má **vzrůstající tendenci**. Velmi příznivý je fakt, že byla návštěvnost roku 2017 překročena již v říjnu roku 2018. Lze očekávat, že v prosinci bude uvedená hodnota ještě vyšší.

Z dostupných dat a informací lze potvrdit, že poloha v bezprostřední blízkosti Labské stezky je výhodná a návštěvníci služeb využívají stále více. Do budoucna je plánováno **rozšíření služeb** – vedle půjčovny kol a koloběžek se připravuje půjčování **elektrické tříkolky** s doprovodem, a to především pro seniory a osoby se zhoršenou pohyblivostí v rámci aktivity **Cykloterapie**.

3.2.4 Kvalitativní hodnocení

Interaktivní pocitová mapa byla na webových stránkách spuštěna v květnu r. 2017. Za první monitorované období, tj. 15. 5. – 5. 6. 2017 bylo možné na území města Ústí nad Labem vysledovat následující (dle dat oddělení GIS MmÚ):

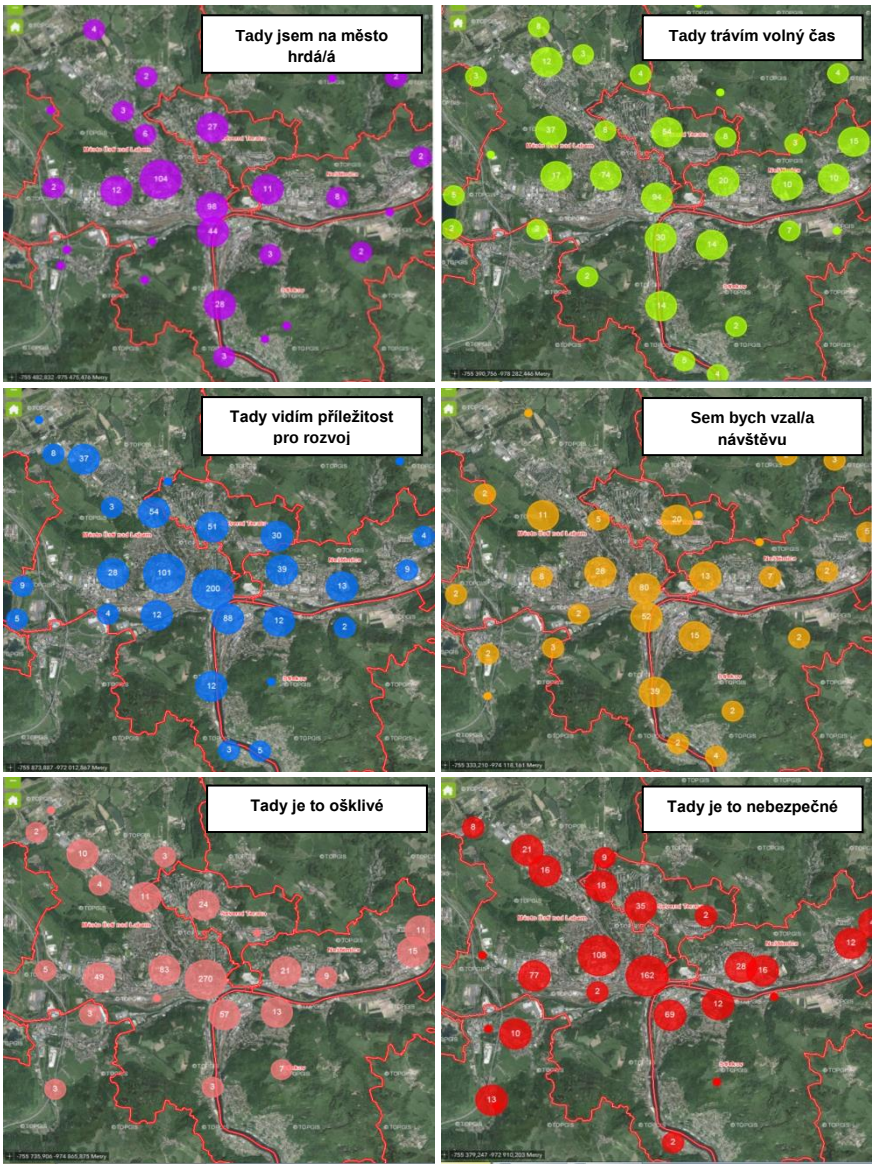
Tabulka 7: Přehled výstupů z Pocitové mapy

Celkový počet záznamů v mapě	**3.248**	**Převládající lokality**
z toho kategorie *Tady vidím příležitost pro rozvoj*	749	Ústí n. L. – město, Severní Terasa
Tady rád trávím volný čas	501	Ústí n. L. – město, Severní Terasa
Tady jsem na město hrdý	380	Ústí n. L. – město, Střekov
Tady je to ošklivé	612	Ústí n. L. – město, Střekov
Tady je to nebezpečné	675	Ústí n. L. – město, Neštěmice
Sem bych vzal návštěvu	331	Ústí n. L. – město, Střekov

Zdroj: Oddělení GIS MmÚ, vlastní zpracování 2017 (monitoring: 15. 5. – 5. 6. 2017, stav k 6. 6. 2017)

Na obr. 11 je patrné územní rozložení jednotlivých poctových bodů na mapě. Veškeré podklady jsou online dostupné v aplikaci *Pocitová mapa* na webových stránkách města.

Obr. 11 Územní rozložení a počet bodů Pocitové mapy města Ústí nad Labem



Zdroj: Mapová aplikace Pocitová mapa města Ústí nad Labem, kartografické práce odd. GIS, vlastní zpracování pro účely 1. vyd. této zprávy 2017

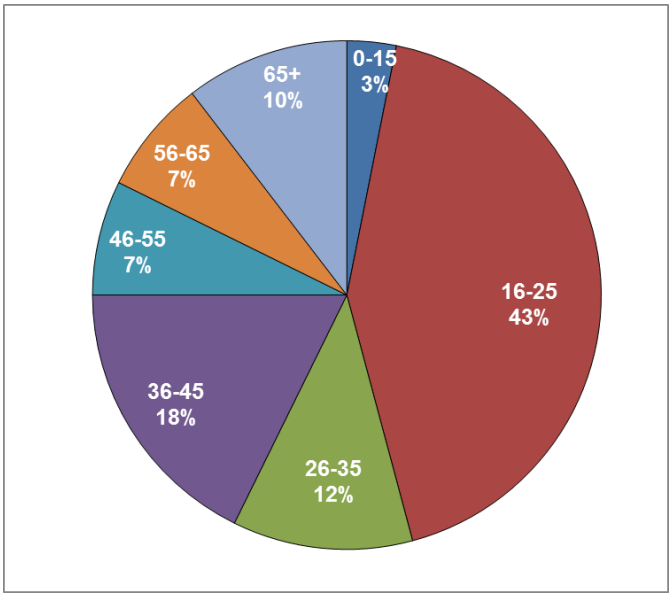
Další zdrojem kvalitativních poznatků je **vlastní dotazníkové šetření v informačním středisku**, které probíhalo jak v létě 2017, tak v létě 2018. Zjišťovány byly především důvody návštěvy města, výchozí regiony, délka pobytu, ale také subjektivní hodnocení navštívených míst. Aktuálně probíhá sběr dat v rámci tzv. ***„Letní ankety pro návštěvníky“*** za měsíce červenec, srpen a září 2018. Níže jsou předběžné výsledky za dostupné období červenec – srpen 2018:

V uvedeném období bylo zpracováno **96 anketních lístků**, z čehož:

- největší podíl návštěvníků přijel do Ústí nad Labem z kraje Vysočina, Ústeckého, Prahy či Středočeského kraje
- důvodem návštěvy byl nejčastěji výlet nebo návštěva příbuzných a známých
- navštívenými místy byly zpravidla klasické dominanty města: hrad Střekov, Větruše, lanová dráha, zoo, vodopády, Masarykovo zdymadlo, Střekovská vyhlídka a další
- délka pobytu byla nejčastěji 1 den bez přenocování, dále 2-5 nocí
- nejčastěji zmiňované klady:
    - čistota města, výhledy do krajiny
    - lanovka a hezké okolí
    - udržované památky
    - hezká zoo
    - parky se zelení
    - prostředí a služby informačního střediska
- nejčastěji zmiňované tipy na zlepšení:
    - modernizovat, lepší značení
    - úklid města, především Zanádraží
    - více zeleně a obecně zlepšit vzhled ulic
    - vyřešit vybydlené domy
    - zajistit parkování pro návštěvníky IS
    - větší podpora rodin s dětmi
- většina návštěvníků si z města odnesla nějaký suvenýr a uvedla, že se do města v budoucnu vrátí
- věkovou strukturu respondentů zachycuje obr. 12

Po ukončení ankety **30. 9. 2018** bude provedeno její kompletní vyhodnocení samostatně.

Obr. 12 Věková struktura respondentů Letní ankety 2018, N=96



Zdroj: Informační středisko města Ústí n. L., vlastní zpracování 2018

Významným zdrojem pro kvalitativní hodnocení je **osobní kontakt s návštěvníky**, ať už potenciálními, či reálnými. Z rozhovorů o turistických tipech a možnostech lze získat především velmi cennou zpětnou vazbu, náměty pro zlepšení turistických služeb nebo infrastruktury, případě porovnat stávající stav s ostatními regiony podobné úrovně. Toho je dosahováno zejména na **veletrzích cestovního ruchu** (viz tab. 1, str. 13), které mají přidanou hodnotu ve formě kontaktu se zahraničními návštěvníky a kolegy, dále na tuzemských prezentacích a volnočasových akcích, které jsou cenné zejména díky návštěvnosti místních obyvatel. Tímto je pokryta relativně široká cílová skupina.

Ačkoliv není možné přesně číselně vyjádřit hodnoty kvalitativních výstupů, není možné je v tomto oboru zcela vynechat (viz Komentář k veletrhům, str. 12). Problematika cestovního ruchu je sama o sobě z pohledu návštěvníka **velmi subjektivní** a mění se v čase a nelze jí paušalizovat ani v rámci územního rozložení. K úspěšnému rozvoji turismu je nutné především jeho **efektivní management** v rámci hierarchického systému (ČR – kraj – destinace – města), souhrnné **koncepce**, **strategie a metodiky**, dále **dlouhodobá spolupráce mezi místními subjekty** a v neposlední řadě **politická podpora** na různých úrovních. Není proto 100% nutně svázané velmi dobré fungování managementu cestovního ruchu např. v malém regionu s vysokými počty návštěvníků.

Jinými slovy, hodnotíme-li kvalitu managementu cestovního ruchu, nemusí být vždy nejefektivnější region nejvíce navštěvován. Žádoucí samozřejmě je, aby se zvyšovala návštěvnost a přinesla do regionu ekonomický zisk, ale v některých ohledech je třeba připravit platformu dobře fungující oblasti proto, aby byla výše návštěvnosti adekvátní, a to celkové **kapacitě regionu** (ekonomické, prostorové i funkční).

4. ZÁVĚR

Důležité faktory pro rozvoj turismu a specifika Ústecka

Pro rozvoj Ústecka nejen z hlediska cestovního ruchu je zásadním faktorem zejména geografická poloha regionu. Díky příhraniční poloze a výborné dopravní dostupnosti různými druhy dopravy je tato oblast snadno dosažitelná ze všech geografických směrů a se sousedním Saskem je spjatá nejen historicky, ale i kulturně a turisticky. Je třeba dále rozvíjet přeshraniční spolupráci a soustředit se také na mezinárodní návštěvnickou strukturu (pro část návštěvníků je Ústecko pouze tranzitním regionem, čehož je třeba rovněž využít).

Neméně důležitým faktorem jsou unikátní přírodní podmínky. Fenomén řeky Labe protékající geologicky zajímavým územím je v kombinaci s četnými vodopády, vyhlídkovými místy a různorodým okolím ojedinělý a velmi oblíbený. Málokteré město má na dosah jak kopcovitou krajinu, tak rovinu podél řeky, vinice, pískovcové skály a horské lesy současně. Na Ústecku se stýkají tři rozdílné celky – České středohoří, Krušné hory a Labské pískovce, na jejichž území je řada velkoplošných a maloplošných chráněných území včetně dalších lokalit zahrnutých v evropském systému Natura2000.

Historické a průmyslové rarity jsou další významnou hodnotou regionu. I přes negativní průmyslovou image města v minulosti je možné řadu průmyslových prvků, staveb nebo produktů zahrnout do předností města. V oblibě jsou především tzv. Slavné lokální značky prezentované souhrnně s označením „Originally made in Usti nad Labem“ (např. Schichtovo mýdlo s jelenem, Stará myslivecká, Lybar, Pitralon a další). Nejen výrobky, ale i průmyslová architektura patří mezi tzv. Ústecká nej; např. budova Spolku pro chemickou a hutní výrobu patřila v době svého dokončení k nejvyšším stavbám v Československu a dodnes je v jejích útrobách funkční výtah Pater noster.

Architektura a technické zajímavosti se v Ústí nad Labem velmi proměňují v čase. Historické budovy a další významné stavby patří dnes k velmi cenným a uznávaným. Zmínit je třeba vilovou architekturu (řadu palácových vil), Mariánský most (oceněn v mezinárodní anketě), Masarykovo zdymadlo, lanovou dráhu na Větruši nebo tzv. šikmý kostel (kostel Nanebevzetí Panny Marie). Mezi významné stavby patří také budova Severočeského divadla nebo Městských lázní z počátku 20. století.

Turistické dominanty a hlavní atraktivity

Celá řada výše uvedených památek, staveb a zajímavostí patří mezi nejvýznamnější a nejčastěji prezentované. Mezi hlavní atraktivity je řazena také například Zoologická zahrada Ústí nad Labem, Vaňovský vodopád, Erbenova vyhlídka, areál Ústeckého podzemí, Muzeum města Ústí nad Labem, výletní zámeček Větruše či hrad Střekov nebo Střekovská vyhlídka na protějším břehu řeky Labe.

Dle stavu vody v řece je každoročně v sezóně k dispozici lodní doprava a přívozy. Podél řeky vede oběma směry Labská stezka, mezinárodní cyklostezka, která je u aktivních turistů i místních občanů ve vysoké oblibě. Ústecko nabízí řadu pěších turistických tras, cyklotras a cyklostezek, vyhlídek, rozhleden, sportovních a rekreačních možností pro děti, rodiny i dospělé návštěvníky. Ústí nad Labem nabízí i řadu kulturního vyžití: koncerty, divadla, kina, výstavy nebo dalších zajímavých akcí (např. Ústecké Vánoce, Víno nad Labem, Pivovarské slavnosti, Zahájení turistické sezóny, Dny evropského dědictví a další). Do výčtu akcí lze zařadit i nově (od 2017) vznikající tradici s každoročním Jarním odemykáním Labské stezky.

Nevyužitý potenciál a možnosti dalšího rozvoje

Ke zlepšení činnosti v oblasti cestovního ruchu je zapotřebí zejména jasné koncepční plánování a nastavení marketingu včetně vytvoření cíleného a jednotného postupu k naplnění jednotlivých kroků. Pro tyto očekáváme vyhotovený strategický dokument (koncepci), který se bude věnovat pouze oboru cestovního ruchu v daném území a velmi konkrétně tak rozpracuje současný stav a navrhne vhodná opatření pro období např. 1 – 5 let do budoucnosti. Pravidelné sledování statistik, vývoje návštěvnosti a zájmu návštěvníků o region (jak kvantitativní, tak kvalitativní formou) je nedílnou součástí.

Nevyužitý potenciál je v rezervách u přeshraniční spolupráce, která není zdaleka tak funkční, jak by u pohraničního turistického regionu mohla být. Udržování kontaktů a vzájemná inspirace z odlišných zkušeností a možností je velkou výhodou pro vytvoření objektivnějšího přístupu. Díky členství města v Euroregionu Elbe Labe a dlouhodobému partnerství se saskými Drážďany a Chemnitz by se spolupráce s německou stranou měla stát automatickou a téměř rutinní, nikoliv výjimečnou nebo nadstandardní. Velmi kladně proto hodnotíme uzavření Dohody o spolupráci s Letištěm Drážďany (8/2018), která obsahuje vzájemnou propagaci.

Nová témata a nové marketingové přístupy by neměly být opomenuty. Velmi vhodným se jeví pokračování (byť lehce obměněné) již stávajících a úspěšných projektů (jako např. Labská královna/Dlouhonozí skřítci, či Slavné lokální značky) a neustálá prezentace turistických dominant v různých souvislostech. Nová témata jsou nutná vzhledem k udržitelnosti efektivní prezentace a aktivní komunikaci s návštěvníky. V souvislosti s modernizací technologií a stále masovějšímu využívání elektroniky a internetu je třeba podporovat nové možnosti prezentace města (aplikace, sociální sítě, interaktivní formy map a panelů).

Nedílnou součástí turistického rozvoje by měla zůstat účast na prezentačních akcích – např. veletrhy, místní akce, tematické výstavy apod. Tyto akce přináší zejména velmi cenný přehled o konkurenčních nabídkách, umožňují navázat nové kontakty a inspirovat se u ostatních regionů. Návštěvníci veletrhů jsou zcela jinou cílovou skupinou, než běžný vzorek návštěvníka v dané lokalitě, a díky tomu je možné vytvořit nabídku obsáhlejší a kvalitnější. Přidanou hodnotou veletrhů a dalších prezentačních akcí je získaná zpětná vazba a kvalitativní hodnocení návštěvníků.

Obecně shrnuto, zásadním je:

- důraz na cennou a velmi unikátní krajinu
- výrazné posílení a udržení přeshraniční spolupráce
- aktivní komunikace se subjekty a partnery v cestovním ruchu
- restart destinačního managementu
- pokračování v prosazování zdravé a aktivní turistiky
- cílená prezentace dominant města a významných historických rarit
- posílení tematické nabídky pro rodiny s dětmi
- podpora rozvoje turistické infrastruktury.

* * *

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

1. COT celý o turismu, leden 2017, C.O.T. media, s.r.o., Praha, ISSN 1212-4281
2. Česká centrála cestovního ruchu (CzechTourism)
   - veřejné přehledy a informace na www.czechtourism.cz
   - osobní konzultace, workshopy – S. Machová
3. Český statistický úřad
   - veřejná databáze dostupná na www.czso.cz
   - konzultace s Ing. Monikou Raušerovou, vedoucí odd. informačních služeb a správy registrů na Krajské správě ČSÚ v Ústí nad Labem
4. Fotoarchiv města Ústí nad Labem, Odbor strategického rozvoje, odd. cestovního ruchu
5. Hodnocení a analýza návštěvnosti Ústeckého kraje (2017), SPF Group, s.r.o.
6. Informační a tiskové zprávy z veletrhů cestovního ruchu vč. upřesňující e-mailové/telefonické komunikace s organizátory (podrobněji u oddělení cestovního ruchu)
   - ITF Slovakiatour Bratislava: http://www.incheba.sk
   - Vacantiebeurs Utrecht: http://www.jaarbeursnewsroom.nl
   - Reisemesse Dresden: http://www.reisemesse-dresden.de
   - HolidayWorld Praha: http://www.incheba.cz
   - f.re.e München: http://www.free-muenchen.de
   - Dovolená a Region, Lázeňství Ostrava: http://cerna-louka.cz/cs/dovolena-a-region-lazenstvi-2017
   - Miniveletrh cestovního ruchu Most: http://www.mesto-most.cz/miniveletrh-cestovniho-ruchu/a-9542
   - ITEP Plzeň: www.itep-plzen.cz (dle konzultace s organizátorem)
   - Reisen und Caravan Erfurt: https://www.reisen-caravan.de
   - Touristik und Caravaning Leipzig: www.tc-messe.de
   - Regiontour Brno: https://www.bvv.cz/go-regiontour/go-regiontour-2018/
7. Informační středisko města Ústí nad Labem
   - Systém monitoringu návštěvnosti, data, konzultace
8. Kde přibývá turistů a kam přestávají jezdit? Podívejte se na interaktivní mapu. Webový článek ze dne 18. 8. 2017, autoři Jan Cibulka a Michal Zlatkovský. Dostupný na https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/kde-pribyva-turistu-a-kam-prestavaji-jezdit-podivejte-se-na-interaktivni-mapu_1708210600_zlo
9. Krajský úřad Ústeckého kraje, Odbor regionálního rozvoje, odd. cestovního ruchu
   - odborné konzultace o vývoji cestovního ruchu a marketingu – J. Válka, N. Pilátová
10. Marketingová studie zaměřená na podporu místního cestovního ruchu na Ústecku (2006), dostupná z: http://www.usti-nad-labem.cz/cz/volny-cas/turistum/publikace-projekty/marketingove-studie.html
11. Městské služby Ústí nad Labem, p.o. – p. Stýblo a pí.Sejková
12. Ministerstvo pro místní rozvoj
   - statistiky a přehledy pro porovnání, dostupné z: https://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Statistiky-Analyzy
13. Možnosti kongresového cestovního ruchu v Ústí nad Labem (2008), studie dostupná z: http://www.usti-nad-labem.cz/cz/volny-cas/turistum/publikace-projekty/marketingove-studie.html
14. Pocitová mapa města Ústí nad Labem, http://mapy.mag-ul.cz/storyapps/pocity_hodnoceni/
   - výstupy zpracované odd. GIS Magistrátu města Ústí nad Labem
15. Strategie rozvoje cestovního ruchu v Ústeckém kraji 2015 – 2020, dostupná z: http://www.kr-ustecky.cz/strategie-rozvoje-cestovniho-ruchu-2015-2020/ds-99996
16. Strategie rozvoje města Ústí nad Labem 2015 – 2020, dostupná z: http://www.usti-nad-labem.cz/files/strategie-tistena-verze.pdf
   - vč. konzultace dílčích problémů s kolegy – J. Starý, L. Sádlová, J. Husák
17. Vlastní zprávy z veletrhů cestovního ruchu (Magistrát m. Ústí nad Labem, Odbor strategického rozvoje, oddělení cestovního ruchu)
18. Výzkum zaměřený na domácí cestovní ruch, Severozápadní Čechy. Vyhodnocení etapy léto 2014. Zadavatel: Česká centrála cestovního ruchu, zpracovatel IPSOS s.r.o., 2014. Dostupný z: http://monitoring.czechtourism.cz/CzechTourism/res/leto2014/Severozapadni_Cechy_Leto-2014_CZ.pdf
19. Zoologická zahrada Ústí nad Labem; www.zoousti.cz
   - konzultace, informační materiály

FOTOGRAFICKÁ PŘÍLOHA

A – Vybrané turistické dominanty města

Obr. příloha A1: Výletní zámeček Větruše

Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha A2: Zřícenina hradu Střekov

Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha A3: Mariánský most

Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

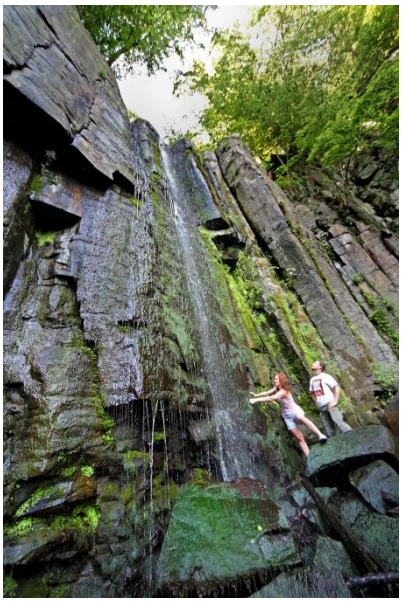
Obr. příloha A4: Masarykovo zdymadlo

Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha A5: Kostel Nanebevzetí Panny Marie

Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha A6: Vaňovský vodopád

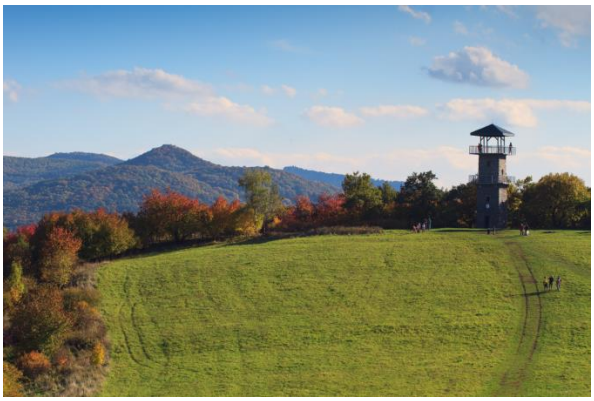


Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha A7: Bertino údolí

Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha A8: Erbenova vyhlídka



Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha A9: Zřícenina hradu Blansko

Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha A10: Skalní útvar Vrkoč

Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha A11: Mariánská skála a Benešův most

Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha A12: Střekovská vyhlídka

Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

B – Vybrané akce s návštěvníky města a regionu 2018

Obr. příloha B1: Veletrh cestovního ruchu

Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha B2: Veletrh cestovního ruchu

Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha B3: Kampaň Do práce na kole

Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha B4: Akce Masopust

Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha B5: Akce Zahájení cyklistické sezóny

Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha B6: Akce Bezpečně na kole

Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

C – Informační středisko města Ústí nad Labem

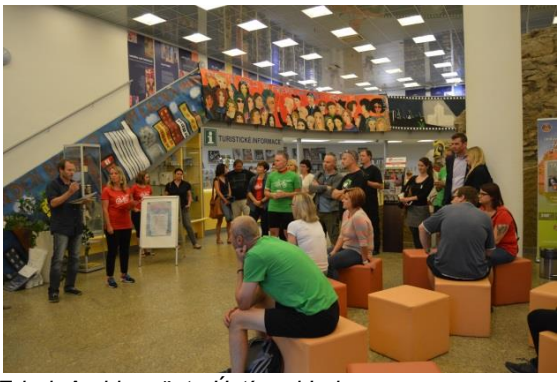
Obr. příloha C1: Předávání cen v rámci Zahájení turistické sezóny 2017

Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha C2: Exkurze Základní školy Mírová, Ústí nad Labem 2018

Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha C3: Předávání cen soutěže Do práce na kole 2017



Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha C4: Odborná praxe, Erasmus+ 2018

Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha C5: Informační středisko

Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha C6: Vernisáž výstavy

Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

FACT SHEETS

FACT SHEET
2017 / 18
ke Statistické zprávě o vývoji cestovního ruchu
ve vztahu k aktivitám oddělení cestovního ruchu MmÚ
MĚSTO A OKRES ÚSTÍ NAD LABEM
datová uzávěrka: 31. 8. 2018

FACT SHEET
ČINNOST ODDĚLENÍ
CESTOVNÍHO RUCHU 2017/2018

FACT SHEET
LETNÍ ANKETY 2018 – INFOSTŘEDISKO ÚSTÍ N. L.